

Der Markt für personenbezogene Dienstleistungen im Bereich Pflege wird sich in den kommenden Jahren wandeln. Ursachen sind im Wesentlichen die wachsende Nachfrage, vor allem aufgrund der demografischen Entwicklung, verändertes Nachfragerverhalten, sinkende Leistungsfähigkeit der öffentlichen Hand sowie zunehmender Wettbewerb und steigende Konkurrenz. Diese Rahmenbedingungen stellen auch für Anbieter im Altenpflegesektor eine große Herausforderung dar. Um diese bewältigen zu können, bedarf es keiner Entscheidungen „aus dem Bauch heraus“, sondern eines strategischen Konzeptes.

Aufbauend auf den bedeutsamsten Strukturen und Entwicklungen im Altenpflegemarkt wird in dieser Arbeit eine Marketingkonzeption für einen Anbieter entwickelt. Diese beinhaltet konkrete Marketingziele und -strategien sowie die zur Umsetzung notwendigen marketingpolitischen Instrumente. Hierbei ergeben sich Handlungsempfehlungen, sich hinsichtlich einer verstärkten Markt- und Kundenorientierung in eine unverwechselbare Position zu bringen und somit von seinen Mitbewerbern abzuheben.

Die Thematik richtet sich vor allem an Führungskräfte, die im Altenpflegemarkt tätig sind. Das Buch soll ihnen das spannende Feld des Marketing und dessen Anwendung im Altenpflegemarkt vor Augen führen. Dabei soll es auch Hilfestellung bei der Entwicklung einer eigenen Konzeption geben.

Juliane Quaranta, Dipl.-Pflegerin (FH):
Ausbildung zur Krankenschwester,
Studium Pflegemanagement an der Katholischen
Stiftungsfachhochschule München mit
Schwerpunkt Krankenhausmanagement.
Investment Managerin
bei der SANEMUS AG in München.



ISBN: 978-3-8364-3862-9

Juliane Quaranta

Strategisches Marketing im Altenpflegemarkt

VDM



Juliane Quaranta

Strategisches Marketing im Altenpflegemarkt

Konzeption zur Stärkung
der Wettbewerbsfähigkeit

VDM Verlag Dr. Müller